

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Perusahaan PT. New Ratna Motor (Pusat JATENG-DIY)

Pada tanggal 15 April 1961 merupakan tonggak perusahaan memulai perjalanannya menuju perusahaan otomotif yang professional sebagai *main dealer* Toyota untuk wilayah Jateng dan DIY. Adanya kesamaan visi dan kebulatan tekad untuk mampu merubah impian menjadi kenyataan telah membawa perusahaan memiliki semangat juang dalam menapaki tangga keberhasilan. Perkembangan perusahaan di setiap periode waktu memberikan bukti bahwa arah perusahaan ini tetap berada pada jalur kesuksesan. Diawali dengan hanya menjual tujuh unit Toyota Tiara, kini perusahaan mampu menjual ribuan unit kendaraan PT. New Ratna Motor melalui jaringan *dealer Nasmoco Group* dalam memberikan layanan terbaik bagi para pelangganpun berkembang secara signifikan dan saat ini memiliki 15 cabang/*dealer* yang mampu memberikan layanan penjualan unit kendaraan, *service*, dan penyediaan *spare part* di hampir seluruh kota besar di wilayah Jawa Tengah dan DIY. Sebagai berikut akan dijelaskan mengenai aktivitas perusahaan PT. New Ratna Motor dengan *Nasmoco Group*.

a. Hubungan Bisnis

PT New Ratna Motor merupakan salah satu dari 5 jaringan utama PT Toyota Astra Motor yang merupakan Agen Tunggal Pemegang Merek Toyota di Indonesia dalam memasarkan produk Toyota untuk wilayah Jateng & DIY melalui jaringan Nasmoco *Group*.

b. Kegiatan Usaha

Untuk memberikan total pelayanan kepada pelanggan PT. New Ratna Motor melalui jaringan Nasmoco *Group* tidak hanya fokus pada penjualan *unit* mobil melainkan juga pada layanan purna jual yaitu jasa bengkel (perbaikan kendaraan) dan *spare part* (penyediaan suku cadang). Nasmoco Kredit, Nasmoco Proteksi dan Nasmoco Rental akan memberikan kemudahan serta kenyamanan pelanggan dalam bertransaksi dengan kami untuk memiliki ataupun menikmati kendaraan Toyota.

c. Organisasi

Dalam kegiatan sehari-hari PT New Ratna Motor dikendalikan oleh *Managing Director* yang didukung 4 divisi, yaitu *Marketing*, *After Sales*, *Finance*, dan HR & GA dimana strategi dan kebijakan bisnis dirumuskan dalam upaya mencapai tujuan organisasi. *Operation*

Manager membantu *Managing Director* memastikan setiap kebijakan yang telah dirumuskan dilaksanakan oleh cabang/*dealer*. Meskipun seluruh kegiatan dikendalikan terpusat namun setiap cabang/*dealer* diarahkan sebagai *profit center* tersendiri untuk mencapai keuntungan yang optimal. Kepala cabang/*dealer* bertanggung jawab terhadap kinerja dan perolehan keuntungan cabang/*dealer*. PT. New Ratna Motor & Nasmoco Group sampai saat ini memperkerjakan sekitar 1.000 orang karyawan.

d. Jaringan Bisnis

PT New Ratna Motor melalui jaringan Nasmoco Group telah memiliki 15 cabang/*dealer* dengan layanan penjualan *unit* kendaraan, *service* dan penyediaan *Spare Part* (VSP-*Vehicle*, *Service* dan *Partisi*) yang tersebar di hampir seluruh kota-kota besar di wilayah Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta.

e. Kinerja Usaha (*Sales*)

Kinerja kami dalam memasarkan Toyota di wilayah Jawa Tengah dan Yogyakarta sangat membanggakan terutama dalam kurun waktu 5 tahun terakhir ini. Puncaknya pada tahun 2005 kami dapat mencapai

penjualan terbaik dengan membukukan *retail* 11.500 *unit* dengan *market share* 31,2%.

f. *General Repair*

Untuk layanan *General Repair*, bengkel kami telah dilengkapi peralatan Hi-Tech, seperti *Intelligent Tester*, *CO Tester/Gas Analyzer*, dengan jumlah *stall* 205. Bengkel kami juga dilengkapi dengan 15 armada Toyota *Home Service*, 3 armada Bengkel Keliling Dyna, serta 2 armada *Car Transporter* yang siap melakukan layanan selama 24 jam.

g. *Body Repair & Paint*

Untuk layanan *Body Repair & Paint*, bengkel kami telah dilengkapi fasilitas Ruang Epony/*Surfacer*, *Mixing Machine*, *Spraybooth* + Oven (*Combybooth*), *Car Bench/ Frame Aligner*, *Special Service Tool*, dengan jumlah *stall* 70. Rangkaian prestasi tersebut sebagai bukti nyata kami dalam usaha meningkatkan kemampuan ketrampilan dan profesionalisme jajaran *After Sales Service* dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan.

h. Parts

PT New Ratna Motor secara aktif berusaha meningkatkan Layanan Purna Jual (Layanan Bengkel) dan Suku Cadang. Kami memiliki *Part Depo* seluas 4.200 m² sebagai gudang penyimpanan dan persediaan suku cadang yang mampu menyimpan 11.300 *item* dan telah mengaplikasikan *Management Inventory* Toyota, seperti JIT KANBAN dan HEI JUNK. Sedangkan nilai persediaan *stock* suku cadang di seluruh *dealer Nasmoco Group* mencapai 6.500 *item*.

Untuk lebih mendekatkan serta memudahkan pelanggan dalam mendapatkan pelayanan terhadap kebutuhan suku cadang (*part*), selain menyediakan suku cadang melalui jaringan *Nasmoco Group*, kami juga menjalin kerja sama dengan 271 *partshop* yang tersebar di seluruh kota-kota di Jawa Tengah dan Yogyakarta.

i. Layanan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan tujuan kami, budaya untuk mau dan mampu memberikan pelayanan merupakan keharusan bagi setiap pribadi di PT New Ratna Motor & *Nasmoco Group*.

Kemauan dan komitmen dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan membuahkan suatu pengakuan dengan kami dapatkan

apresiasi. Namun demikian kami sadar bahwa apresiasi bukan merupakan tujuan, melainkan kepuasan pelangganlah yang menjadi tujuan sebenarnya dari pelayanan.

j. Sumber Daya Manusia

PT New Ratna Motor dan Nasmoco *Group* memandang penting peran SDM dalam memberikan kontribusi bagi kesuksesan bisnis perusahaan sehingga pengelolaan dan pengembangan asset sumber daya manusia merupakan bagian dari langkah strategis dalam upaya mencapai visi dan misi perusahaan. Program-program pengelolaan dan pengembangan SDM didasarkan pada standar kompetensi yang dibutuhkan untuk dapat bersaing dalam iklim bisnis yang kompetitif.

Salah satu komitmen terhadap pengembangan SDM diwujudkan dengan adanya *Training Center* sebagai pusat pengembangan kompetensi (*Skill, Knowledge & Attitude*) di Jl. Raya Kaligawe Km. 5 Semarang dengan luas + 900 m² dan dilengkapi dengan sarana prasarana pendukung dalam proses belajar dan mengajar.

Proses pengembangan SDM yang dilakukan secara berkesinambungan dengan komitmen yang tinggi, mampu memberikan hasil yang menggembirakan diantaranya kami berhasil menjuarai beberapa kontes tingkat Nasional dan Internasional dalam lingkup Toyota, seperti kontes teknisi *Body Paint & Repair, General Repair, Service Advisor, Supervisor* serta kontes Kepala Cabang, dll.

B. Perjalanan Jaringan Nasmoco

1. Tahun 1972

PT. Ratna Dewi Motor berkeinginan untuk menawarkan Jasa Pelayanan Purna Jual (pelayanan bengkel dan suku cadang) disamping jasa penjualan *unit*. Maka pada tahun 1964 menempati bangunan di Jl. MH. Thamrin 14-16, Semarang untuk membuka *Showroom, Bengkel & Penjualan Suku Cadang*.

2. Tahun 1972

Seiring dengan berkembangnya usaha, pada tanggal 1 April 1972, kami menempati gedung baru di Jl. Pemuda 72, Semarang.

3. Tahun 1974

CV. Mataram Motor, Yogyakarta lahirnya cabang baru di Yogyakarta diawali dengan diresmikannya CV. Mataram di Jl. Sala 163 Yogyakarta, pada tanggal 22 Mei 1974. Beberapa tahun kemudian berganti nama menjadi PT Sumber Bahtera Motor, yang terletak di Jl. Raya Magelang, Yogyakarta KM 7, hingga sekarang.

4. Tahun 1974

CV Bengawan Motor, Solo (PT. Bengawan Abadi Motor) *Dealer* Toyota untuk Ex. Karasidenan Surakarta didirikan di atas tanah seluas 3.500 m² di Jl. Slamet Riyadi 558 Surakarta. Penggunaan *dealer* ini dimulai tanggal 7 September 1974.

5. Tahun 1976

CV Jati Motor, *dealer* Toyota untuk Ex Karasidenan Pati didirikan di Jl. AKBP Kusumadya, Kudus. Diremikan penggunaannya tanggal 21 Oktober 1976. Kini berubah menjadi CV. Surya Indah Motor.

6. Tahun 1978

PT. Nasmoco Cilacap. Untuk mengantisipasi pembelian di daerah karasidenan Cilacap, PT. New Ratna Motor membuka cabang di Jl. MT. Haryono Cilacap, diatas tanah seluas 12.000 m² pemakaian

dimulai 17 April 1978. PT. Chandra Pratama Motor. Masih pada tahun 1978 setelah lahir PT. Nasmoco Cilacap di Pekalongan didirikan dealer baru PT. Chandra Pratama Motor.

7. Tahun 1980

PT. Nasmoco Salatiga. Tahun 1980 PT. Nasmoco Salatiga berdiri menempati di Jl. Diponegoro 171 Salatiga

C. Sejarah Perusahaan PT. Nasmoco Bahtera Motor

PT. Nasmoco Bahtera Motor adalah salah satu *dealer* resmi penjualan Kendaraan Toyota di Area Jawa Tengah dan DIY, semula bernama PT. Sumber Bahtera Motor yang diresmikan pada tanggal 16 April 1988 berdiri di atas area sebesar 3.756 meter persegi dengan luas bangunan 2.956 meter persegi. Kemudian berubah menjadi PT. Nasmoco Bahtera Motor pada tanggal 1 April 2012.

D. Visi dan Misi PT. Nasmoco Bahtera Motor

1. Visi

Menjadi pelaku bisnis di bidang otomotif yang profesional, berkualitas dan sebagai pemimpin pasar di era globalisasi.

2. Misi

Meningkatkan profesionalisme karyawan dengan berbasis teknologi modern untuk memberikan totalitas kepuasan pelanggan dan menghasilkan keuntungan yang optimal bagi pemegang saham, terus berupaya meningkatkan kesejahteraan karyawan serta ikut berperan dalam kepedulian lingkungan dan sosial.

E. Pelayanan Perusahaan

Pelayanan perusahaan PT. Nasmoco Bahtera Motor meliputi penjualan kendaraan Toyota, *service* dan penjualan suku cadang. Untuk pelayanan *service* sendiri meliputi perbaikan umum, *Express Maintenance* (EM) dan bengkel buka 24 jam, dengan jumlah stall produksi sebanyak 16 stall yang terdiri dari 2 stall EM, 4 stall SBE NP dan 10 stall Perbaikan umum.

F. Lokasi Perusahaan

Nama : PT. Nasmoco Bahtera Motor

Alamat : Jl. Magelang Km. 7 Yogyakarta

Telepon : 0274-868808

Faximili : 0274-868992

Email : *nasmocojogja@yahoo.com*

G. Logo Perusahaan

1. Logo Toyota



Gambar 2.1 Logo Toyota

2. Logo PT. Nasmoco Bahtera Motor



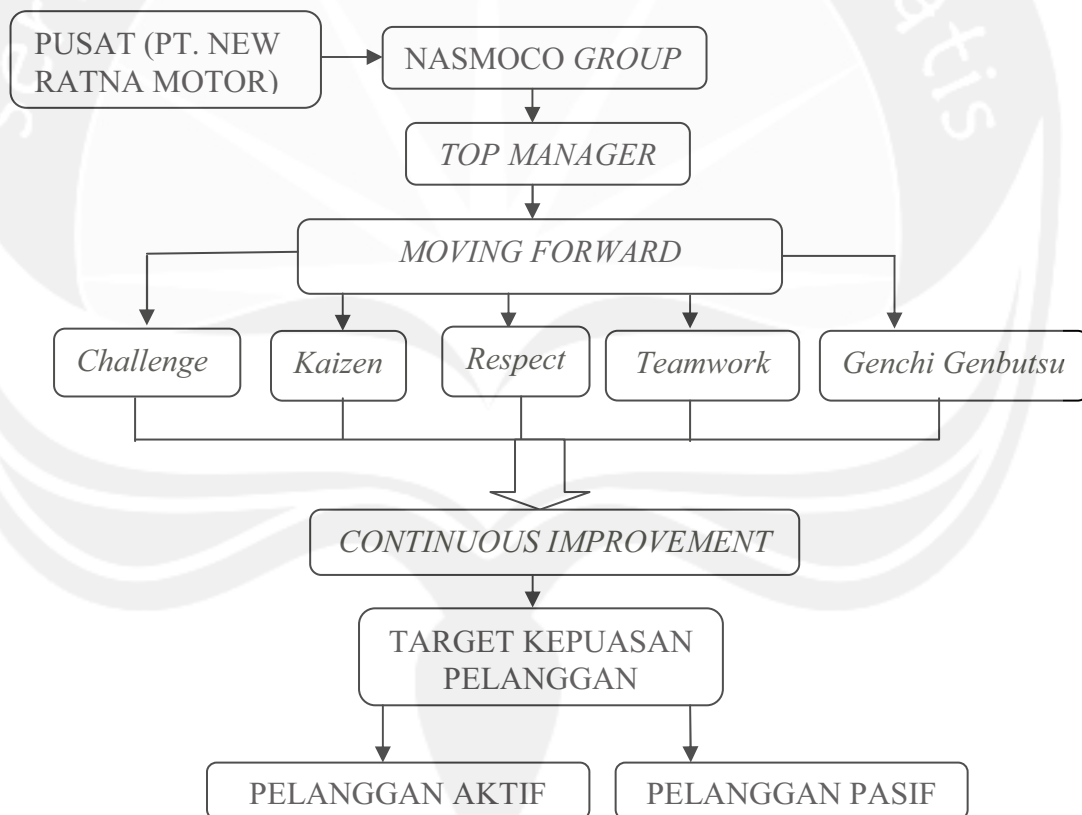
Gambar 2.2 Logo Nasmoco Mlati

H. Struktur Organisasi PT. Nasmoco Bahtera Motor

(terlampir)

I. Strategi Komunikasi *Moving Forward*

Konsep strategi komunikasi PT. Nasmoco Bahtera Motor adalah *moving forward*. *Moving Forward* berarti perusahaan memiliki gairah untuk inovasi dan penemuan bahwa Toyota tidak pernah berdiri diam. Dari adanya filosofi *moving forward* tersebut dapat terlihat jelas bahwa Toyota tidak akan pernah berdiam diri, tetapi Toyota akan melakukan perbaikan berkelanjutan pada setiap aspek yang perlu untuk dibenahi.



Bagan 2.1 Skema Strategi Komunikasi *Moving Forward*
(Sumber: Hasil Wawancara PT. Nasmoco Bahtera Motor)

Sesuai dengan pernyataan tersebut bahwa strategi komunikasi memiliki filosofi manajemen yaitu *The Toyota Ways*. Filosofi atau nilai-nilai tersebut merupakan pegangan atau arah bagi perusahaan pada saat itu. Manfaat bagi perusahaan adalah sebagai pedoman bagi masa depan perusahaan. Konsep strategi komunikasi berdasarkan filosofi *The Toyota Ways* sendiri berisikan lima nilai-nilai yang dianut perusahaan, yaitu *challenge*, *kaizen*, *genchi genbutsu*, *respect*, *teamwork*. Berikut akan dijelaskan penjelasan dari kelima nilai tersebut, antara lain adalah:

a. *Challenge*

Toyota mempertahankan visi jangka panjang dan berusaha untuk menghadapi semua tantangan dengan keberanian dan kreativitas yang diperlukan untuk mewujudkan visi tersebut.

b. *Kaizen*

Berjuang untuk *kaizen* yang berarti melakukan perubahan agar lebih baik secara terus menerus (*continous improvement*). Karena tidak ada proses yang bisa dinyatakan sempurna dan selalu ada ruang untuk perbaikan.

c. *Genchi Genbutsu*

Genchi genbutsu yaitu menuju ke sumber untuk menemukan fakta untuk membuat keputusan yang tepat, membangun kesepakatan bersama dan mencapai sasaran.

d. *Respect*

Toyota menghormati orang lain dan membuat setiap usaha yang dilakukan untuk memahami orang lain, menerima tanggung jawab dan melakukan yang terbaik untuk membangun rasa saling percaya.

e. *Teamwork*

Toyota mendorong agar tiap individu dapat mengembangkan dirinya dan membagi kesempatan untuk membangun serta memaksimalkan kemampuan individu dalam kerjasama tim.

Nilai-nilai yang telah dipaparkan di atas dapat dijadikan pedoman bagi karyawan dalam bertindak sesuai dengan *jobdesk*-nya masing-masing. Kelima nilai inilah yang dapat dijadikan acuan untuk melakukan *continuous improvement* ke seluruh aspek penanganan keluhan pelanggan. Strategi komunikasi ini digunakan untuk penanganan keluhan pelanggan.